

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

En cumplimiento del Real Decreto-ley 18/2017, de 24 de noviembre de 2017 y de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre de 2018 por el que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad, se incluye a continuación la información no financiera de la Sociedad referida al ejercicio 2019. Para la divulgación de dicha información, la compañía ha tomado como referencia el marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad Global Reporting Initiative (GRI) en su versión GRI Standards. Como Anexo I se incluye el contenido del Estado de Información no Financiera requerido por la mencionada Ley 11/2018 así como el marco de referencia utilizado.

1. Ideas Fuerza

- Es una compañía de supermercados y venta online de capital español y familiar que tiene como objetivo satisfacer plenamente todas las necesidades de alimentación, limpieza del hogar e higiene personal de sus clientes, así como las necesidades relacionadas con el cuidado de sus mascotas.
- La plantilla fija está integrada por 89.100 trabajadoras y trabajadores, siendo la distribución por género: 62 % mujeres y 38 % hombres.
- Dentro del Modelo de Mercadona, la equidad es un valor irrenunciable que se aplica de manera transversal y se concreta en el principio de “a igual responsabilidad, mismo sueldo”. El 100 % del personal base a jornada completa cobra inicialmente un salario mínimo de 1.328 euros/mes brutos.
- Al cierre del ejercicio cuenta con una red de 1.636 supermercados, 1.626 en España y 10 en Portugal. Durante el año, se han reformado 351, que junto a los reformados en años anteriores, suman un total de 800 centros adaptados al Nuevo Modelo de Tienda Eficiente.
- 2019 ha sido el ejercicio de la implantación de la sección Listo para Comer, que permite ofrecer a nuestros jefes en 319 supermercados platos cocinados y listos para consumir.
- La compañía innova y colabora con sus proveedores especialistas en el desarrollo de nuevos productos. En 2019 se han impulsado 325 nuevos productos testados en sus 19 centros de coinnovación, entre los que destaca el Centro de Coinnovación del Jarro, "Jarrods", ubicado en Paterna (València), reconocido por el Instituto Cerdà como una de las principales innovaciones en el sector de gran consumo.
- Participa activamente en las asociaciones empresariales más representativas de supermercados y del sector agroalimentario, promoviendo la Responsabilidad Social Empresarial, la innovación empresarial y la Cadena Agroalimentaria Sostenible.
- Es firmante del Pacto Mundial, la mayor iniciativa a nivel global por la defensa de los valores fundamentales en materia de Derechos Humanos, normas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción, promovido por Naciones Unidas.

2. El Modelo de Negocio

Mercadona es una compañía de supermercados y venta online de capital español y familiar. Desde su fundación, su objetivo es satisfacer plenamente todas las necesidades de alimentación, limpieza del hogar e higiene personal de sus clientes, así como las necesidades relacionadas con el cuidado de sus mascotas.

Durante el ejercicio ha contado con una plantilla fija de 89.100 trabajadoras y trabajadores que se esfuerzan cada día por ofrecer la máxima excelencia en el servicio. Gracias a ellos, 5,4 millones de hogares depositan anualmente su confianza en la compañía.

Dispone de una red de 1.626 supermercados ubicados en España y 10 en Portugal, tras inaugurar 46 y reformar 351, para adaptarlos al Nuevo Modelo de Tienda Eficiente (Tienda 8). Dichas aperturas y reformas han supuesto un esfuerzo inversor de más de 1.000 millones de euros, que incluyen 174 millones destinados a la implantación de la sección Listo para Comer. Este concepto de supermercado permite optimizar el acto de compra y además, propicia un ahorro energético en iluminación y refrigeración de hasta un 40 % respecto a una tienda tradicional.

A lo largo de este año, y tras poner en marcha su plan de internacionalización, la compañía ha abierto los primeros 10 supermercados y el primer Bloque Logístico en Portugal, a través de la sociedad Irmãdona Supermercados S.A., con sede en Porto. Esto ha permitido a la cadena cerrar el año 2019 con un total de 1.636 supermercados en España y Portugal.

El Modelo de Mercadona es el marco de referencia en la toma de decisiones para cuantos forman parte de su proyecto ayudando a que todas las personas, motivadas por su propio impulso en obtener resultados excelentes, vayan en la misma dirección y permitiendo decidir con agilidad cómo y cuándo se debe actuar ante una circunstancia determinada.

Desarrollado sobre verdades universales, su puesta en práctica diaria contribuye a satisfacer, por este orden y con la misma importancia, a los cinco componentes que forman Mercadona:

- "El Jefe" (los clientes).
- El Trabajador (la plantilla y su correspondiente representación sindical).
- El Proveedor (los proveedores que fabrican los productos que se venden en los lineales de nuestras tiendas y los que suministran servicios).
- La Sociedad (formada por todos los elementos de la sociedad civil que se relacionan con el negocio, tales como vecindad, asociaciones de consumidores, medios de comunicación, administraciones, foros empresariales, ONG ambientales y sociales, sindicatos, foros relacionados con la sostenibilidad y la Responsabilidad Social Empresarial, entre otros).
- El Capital (accionistas de la compañía).

Desde 1993, el modelo de gestión específico en el que Mercadona basa todas sus decisiones es el Modelo de Calidad Total, que evoluciona para facilitar la toma de decisiones teniendo siempre como faro la satisfacción de "El Jefe". Las reflexiones de todas las trabajadoras y trabajadores han contribuido a enriquecer el Modelo, sirviendo de referencia en el trabajo diario. El objetivo es tener un modelo de empresa diferencial que la sociedad quiera que exista.

Un fundamento clave del Modelo es la Teoría de la Contrastación, un gran cambio disruptivo que contribuye a garantizar la excelencia para satisfacer a los cinco componentes. Su puesta en práctica implica medirse tanto por el esfuerzo, como por el resultado, con el convencimiento de que, si te esfuerzas, los resultados llegan.

La agilidad y la sencillez en la forma de abordar el desarrollo de nuevos productos y servicios están muy unidas a la capacidad de colaborar para captar nuevas necesidades. Aprovechar durante el proceso creativo el conocimiento de "El Jefe", los trabajadores/as y los proveedores permite a Mercadona ofrecer una experiencia de Compra Total. Para ello, la compañía asume el riesgo de tomar decisiones, innovar y adelantarse en ofrecer respuestas sin miedo al fracaso, que entiende como una oportunidad para seguir aprendiendo, mejorar y continuar adaptándose al entorno con más agilidad. Así, en Mercadona se es consciente de que cuanto más rápido se innova, más rápido se aprende y se progresa, incrementando así su valor diferencial con respecto al resto.

Como consecuencia de esta estrategia de innovación y su apuesta por la especialización, la compañía cuenta con un Modelo de Coinnovación, proyecto que se puso en marcha en 2011

mediante la Estrategia Delantal, basada en compartir con los clientes experiencias y costumbres de consumo, limpieza del hogar, aseo personal y cuidado de mascotas. Mercadona lleva esto a cabo en sus 19 centros de coinnovación, permitiendo captar las necesidades para ofrecer soluciones acertadas.

Durante el ejercicio 2019, se han impulsado un total de 325 nuevos productos testados, habiéndose realizado 11.000 sesiones con los "Jefes" para innovar conjuntamente.

Para la compañía la innovación es un factor claro de diferenciación, y así ha sido reconocido por el Observatorio de Innovación Gran Consumo 2019, impulsado por el Instituto Cerdà. Este Observatorio pone en valor el Centro de Coinnovación del Jarro, "Jarrods", ubicado en Paterna (València), por ser un laboratorio a escala real, único en Europa, tanto en el lanzamiento de nuevos productos, entre ellos las Mini-Barritas de chocolate negro 70 % cacao con crujiente de semillas marca Hacendado, como en la formación del personal y la toma de decisiones sobre el surtido, servicios y las operaciones en el punto de venta.

Igualmente, y ligado al proceso de transformación digital, durante el año 2019, ha continuado dando importantes pasos en su Proyecto Mercadona Online. La compañía ha consolidado un equipo de 540 personas, 320 más que en 2018, con el objetivo de adaptar su modelo a un entorno tecnológico y ágil, trasladando su excelencia en el servicio y también a su comercio online. Este servicio está disponible en la provincia de València y de Barcelona y está previsto seguir ampliándolo durante los próximos años a otras ciudades.

Materialidad y grupos de interés

Los grupos de interés de la compañía son sus cinco componentes ("El Jefe", El Trabajador, El Proveedor, La Sociedad y El Capital), aquellos que se ven afectados significativamente por las actividades, productos y servicios de Mercadona y para los que busca satisfacer sus necesidades.

Conocer sus expectativas y requerimientos es un aspecto fundamental para la creación de valor en el negocio. Por ello se mantiene una comunicación constante y bidireccional con ellos.

Con el objetivo de proporcionar una información que responda a las necesidades de información de nuestros grupos de interés, se ha llevado a cabo un análisis de materialidad.

Este proceso de identificación de aspectos relevantes ha constado de tres fases:

1. Identificación y priorización de los grupos de interés.
2. Identificación de los asuntos materiales.
3. Validación de la información a proporcionar sobre los asuntos materiales.

Como resultado, se han identificado nueve aspectos materiales que detallamos a continuación y sobre los que informamos a lo largo del presente informe, tanto de la gestión como de las evaluaciones continuas que realizamos de los mismos:

- Satisfacción de " El Jefe".
- Diálogo y compromiso con los Grupos de Interés.
- Empleo de calidad.
- Gestión responsable de la cadena de suministro.
- Impacto ambiental.
- Cumplimiento normativo.
- Ética y Buen Gobierno.
- Impacto socioeconómico.
- Internacionalización del negocio.

3. Buen Gobierno y transparencia

Mercadona es una compañía de capital familiar que cuenta con un Consejo de Administración que es el órgano encargado de la gestión, de la organización y de la representación de la compañía.

La Comisión de Auditoría, integrada en el Consejo de Administración, se encarga de la supervisión de la información contable, fiscal y financiera, de los servicios de auditoría, el cumplimiento y la gestión de riesgos.

El Comité de Dirección, liderado por un Presidente ejecutivo, asegura el buen funcionamiento de la organización y la determinación y el cumplimiento de las políticas y de los procedimientos establecidos por el Consejo de Administración.



Mantiene un compromiso ético y por ello dispone de un Código de Conducta Interno que establece los principios éticos de desempeño, dentro del marco de referencia de la compañía, basándose en los pilares de transparencia, responsabilidad y control.

El Código de Conducta Interno proporciona directrices claras a los empleados sobre valores éticos, compromisos y buenas prácticas definidos por la compañía. En este código, así como en otras políticas implantadas en la compañía, se detallan también los pasos a seguir frente a situaciones de conflicto de interés, corrupción, fraude, protección de datos, relación con clientes o proveedores, entre otros. Estos compromisos son posibles gracias a un extenso programa formativo de la plantilla que se completa con formación específica en Compliance penal, que ha sido también impartida a los miembros del Comité de Dirección.

Adicionalmente, cuenta con un Comité de Cumplimiento Normativo, que vela por la correcta aplicación del Código de Conducta y se encarga de implantar las mejores prácticas para su difusión y de supervisar y resolver los conflictos que puedan surgir. La compañía dispone de un canal de denuncias accesible desde su página web corporativa, que permite a cualquier empleado o tercero comunicar posibles conductas irregulares, poco éticas o en contra de los principios establecidos por el Código de Conducta.

Además de ello, uno de los valores clave para Mercadona es el de la transparencia, que aplica de manera constante con todos los componentes de la compañía. De esta manera, comparte objetiva y periódicamente su evolución y resultados con sus proveedores, la plantilla y la sociedad a través de canales muy diversos como las reuniones periódicas con la plantilla o el canal de comunicación interno Activo2, la memoria anual y la memoria de medioambiente, la rueda de prensa anual de presentación de resultados, el portal de transparencia, la participación en numerosos foros y los diferentes informes e iniciativas de sostenibilidad en que colabora con las asociaciones de las que es miembro.

Mercadona Sostenible

Mercadona asume el compromiso de impulsar las mejores prácticas en materia de sostenibilidad y desarrolla su actividad de manera responsable. Lo hace mediante un comportamiento ético que fomenta el diálogo con la sociedad y que promueve los distintos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) impulsados por la Organización de Naciones Unidas, organización que también promueve el Pacto Mundial, iniciativa de la que, además, Mercadona es firmante desde 2011.



Su implicación se concreta en numerosas acciones con las que, a lo largo del año, ha estado trabajando para dar respuesta a las necesidades planteadas por dichos ODS:



Fin de la pobreza

Colabora con iniciativas y asociaciones cuyo objetivo es ayudar a reducir la pobreza entre los colectivos más desfavorecidos.



Hambre cero

La colaboración con comedores sociales y bancos de alimentos favorece la redistribución de alimentos facilitando el acceso a una alimentación saludable a personas en riesgo de exclusión.



Salud y bienestar

Para Mercadona y sus Proveedores Totaler, lo más importante es ofrecer siempre la máxima seguridad alimentaria en los productos.



Educación de calidad

Potencia las habilidades y conocimientos de la plantilla constantemente y apuesta por la formación continua.



Igualdad de género

Se rige por el principio de equidad “misma responsabilidad, mismo sueldo” y ofrece las mismas oportunidades de promoción interna a toda la plantilla, tal y como se detalla en el Plan de Igualdad firmado con los sindicatos.



Trabajo decente y crecimiento económico

La plantilla tiene empleo estable y de calidad, con contratos fijos y salarios por encima de la media del sector.



Industria, innovación e infraestructura

Colabora con fabricantes y proveedores para fomentar un crecimiento compartido y sostenible que genera valor, a través de desarrollar conjuntamente novedades y mejoras en el surtido con un ratio de éxito del 80 %.



Reducción de las desigualdades

Ofrece igualdad de condiciones y oportunidades a toda la plantilla, sin ningún tipo de discriminación.



Ciudades y comunidades sostenibles

Mantiene un compromiso pleno con la protección del medioambiente y el aprovechamiento eficiente de los recursos naturales.



Producción y consumo responsables

Tanto Mercadona como los Proveedores Totaler que colaboran con ella aplican buenas prácticas y fomentan la producción responsable.



Acción por el clima

Dispone de un Sistema de Gestión Ambiental propio con el objetivo de aprovechar los recursos naturales y reducir los residuos.



Vida submarina

Trabaja conjuntamente con sus proveedores para garantizar su compromiso con la sostenibilidad de los productos de pesca.



Alianzas para lograr los objetivos

Colabora estrechamente con diferentes entidades y asociaciones para fomentar el cumplimiento de los ODS.

Como parte de este compromiso, se está realizando una revisión exhaustiva de todos los envases utilizados con el objetivo de evaluar cuál es el más adecuado para reducir el plástico como mínimo un 25 % en 2025, sin dejar de garantizar la seguridad alimentaria y la calidad, y previniendo el desperdicio alimentario. Las estrategias de mejora que resulten de este análisis se implantarán a partir del primer trimestre del año 2020 y progresivamente hasta el objetivo final de 2025.

Gestión de riesgos

El Comité de Dirección de la compañía es el encargado de determinar las políticas para identificar, prevenir y gestionar los riesgos inherentes a la actividad de Mercadona. Promueve y apoya un firme compromiso con la prevención y gestión de los riesgos que pueden afectar a la compañía, lo que se traduce en las numerosas estrategias implementadas para garantizar la satisfacción de los cinco componentes.

El Modelo de Mercadona implica cumplir, exigir el cumplimiento de la legalidad vigente y llevar a cabo todas las acciones necesarias, más allá de la normativa, que aseguren la satisfacción de los diferentes grupos de interés de la empresa, integrados en los cinco componentes.

Se destacan a continuación los principales riesgos de la compañía y algunas de las políticas más significativas asociadas a los mismos:

RIESGOS	POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS
EL JEFE	
• Seguridad alimentaria	• Modelo de Seguridad Alimentaria (incluye Simulacros MMG)
• Cambio de hábitos de consumo	• Surtido Eficaz • Surtido de alimentación saludable • Estrategia Frescos Global • Nuevo Modelo de Tienda Eficiente • Listo para comer
• Protección de datos	• Protección de datos de los consumidores
• Transformación digital	• Servicio de Atención al Cliente • Innovación transversal • Mercadona Online
EL TRABAJADOR	
• Igualdad y diversidad	• Puestos de trabajo fijos/sueldos por encima de la media del sector • Principio de equidad • Prima por objetivos • Plan de Igualdad y diversidad • Formación, transparencia (Activo 2) y promoción interna
• Prevención de riesgos laborales	• Servicio Médico a disposición del trabajador • Prevención de riesgos laborales
• Conciliación	• Conciliación de la vida personal y laboral • Modelo de Organización de Tiendas • Clima social
• Protección de datos	• Protección de datos de los trabajadores

RIESGOS	POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS
EL PROVEEDOR	
<ul style="list-style-type: none"> • Buenas prácticas comerciales 	<ul style="list-style-type: none"> • Código de Buenas Prácticas Comerciales • Pautas de Conducta Ética para Proveedores • Cadena Agroalimentaria Sostenible de Mercadona • Generación de tejido industrial • Políticas de Pesca Sostenible • Política de Bienestar Animal • Coinnovación con proveedores
<ul style="list-style-type: none"> • Protección de datos 	<ul style="list-style-type: none"> • Protección de datos de los proveedores
LA SOCIEDAD	
<ul style="list-style-type: none"> • Ciudades y transporte sostenibles 	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo de Logística Sostenible
<ul style="list-style-type: none"> • Uso responsable de los recursos 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de gestión medioambiental. • Programa de lucha contra la exclusión: donación de alimentos
<ul style="list-style-type: none"> • Relación con comunidades locales 	<ul style="list-style-type: none"> • Diálogo y transparencia • Modelo de relación con las comunidades locales y las ONG • Impulsar el emprendimiento • Gestión proactiva para detectar y eliminar posibles focos de riesgo de molestias a la vecindad • Gestión para solucionar de forma rápida y eficaz los inputs, sugerencias de la vecindad, etc.
<ul style="list-style-type: none"> • Medioambiente y cambio climático 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de gestión medioambiental • Sostenibilidad permanente e impacto de nuestra actividad en el planeta
<ul style="list-style-type: none"> • Protección de datos 	<ul style="list-style-type: none"> • Protección de datos de los vecinos
<ul style="list-style-type: none"> • Legalidad inherente a los distintos aspectos de nuestra actividad (sanidad, comercio, consumo, industria, trabajo, hacienda, medioambiente...) 	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas de prevención de delitos y anticorrupción • Actualización de la legislación y adaptación a los procesos internos para su cumplimiento.
EL CAPITAL	
<ul style="list-style-type: none"> • Incremento precio materias primas 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento y rentabilidad
<ul style="list-style-type: none"> • Liquidez 	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas de gestión de riesgo financiero • Reinversión y visión a largo plazo • Generación de riqueza y valor compartido

4. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal

Año tras año, la compañía ha trabajado en construir la Mercadona del futuro. El talento, la pasión y el alto nivel de compromiso de las 89.100 personas que la integran son valores clave, sin los que no sería posible la evolución y transformación constante de la compañía.

Las principales políticas en materia de personal son las siguientes:

a) Empleo estable y de calidad:

Para poder satisfacer plenamente a "El Jefe", Mercadona destina recursos encaminados a fomentar el desarrollo, tanto personal como profesional, de cuantos forman parte de la empresa: los resultados llegan si cuidas a las personas.

En 2019 se han creado 3.600 puestos de trabajo netos, 2.100 más que en 2018. La plantilla media con contrato indefinido es de aproximadamente 89.100 personas, número que no difiere significativamente de la plantilla al cierre del ejercicio.

Los datos anteriores no incluyen empleados con contrato temporal, normalmente vinculados a sustituciones (como permisos por nacimiento), o a refuerzos puntuales de plantilla. Estos contratos representan, según el periodo del año, entre el 3,5 y el 13,9 % aproximadamente de la plantilla total y se distribuyen por género y categoría profesional en porcentajes similares a los de empleados con contrato indefinido. Asimismo, dada la naturaleza de este tipo de contratos que promueven la inserción en el mundo laboral, la distribución por tramos de edad es del 60 % y 40 % en el de menores de 29 años y entre 30 y 39 años respectivamente.

La jornada laboral se organiza de acuerdo con el área de especialización. El personal base cuenta con jornada continua en turnos rotativos, normalmente de 40 horas semanales, para dar cobertura a las necesidades de "El Jefe", mientras que los técnicos y coordinadores se organizan con jornada partida.

Con el objetivo de conseguir la mejor planificación personal y profesional, el periodo vacacional se decide en los últimos meses del año anterior al de su disfrute teniendo en cuenta las preferencias de cada empleado.

En cuanto a la política de desconexión laboral, Mercadona ha comenzado a trabajar en su desarrollo, con el objetivo de que sus empleados puedan disfrutar de forma efectiva de su tiempo de descanso.

Merece la pena destacar que el 100 % del personal base a jornada completa cobra de inicio un salario mínimo de 1.328 euros brutos/mes.

Todas estas personas comparten los valores del Modelo de Mercadona, un equipo que toma decisiones, que arriesga, que aprende de los errores para incrementar su talento y que aprovecha al máximo sus habilidades y conocimientos para abordar con éxito las metas marcadas y seguir impulsando el Proyecto Mercadona. En 2019 el número de bajas obligatorias ha representado el 1,81 % de la plantilla, sensiblemente inferior al de 2018, y cuya distribución por género ha supuesto el 1,56 % del total de la plantilla de mujeres y el 2,21 % del total de la plantilla de hombres (1,66 % y 2,43 % respectivamente en 2018), repartiéndose homogéneamente entre las dos últimas franjas de edad indicadas posteriormente. Estas bajas corresponden, en su práctica totalidad, a la categoría de personal base, la cual representa el 91 % de la plantilla total.

Mercadona promueve un modelo de diálogo social basado en los procedimientos y términos dispuestos en la Ley Orgánica de Libertad Sindical a través de los Comités de Empresa, delegados/as de personal y el Comité Intercentros establecido, así como a través de un Observatorio formado por las organizaciones sindicales y la empresa, con el objetivo de dotar de mayor flexibilidad y eficiencia a la compañía a la hora de introducir mejoras relacionadas con las jornadas laborales y su distribución.

La totalidad de las trabajadoras y trabajadores de Mercadona en España están sujetos a la regulación del Convenio Colectivo y el Plan de Igualdad del Grupo de Empresas Mercadona que entró en vigor el 1 de enero de 2019 (publicado en el BOE nº42 de 18/02/2019) y que tendrá una duración de cinco años, hasta 2023.

Este nuevo convenio, renovado y con condiciones ventajosas, refuerza el compromiso de Mercadona con el empleo estable y de calidad, así como los compromisos en materia de conciliación de la vida familiar y laboral.

Entre las condiciones ventajosas del nuevo Convenio Colectivo, destacan:

- Cobro del 100 % del salario durante bajas por enfermedad hasta los 18 meses
- Mejora en € los pluses nocturnidad y frío
- En Logística, 7 fines de semana libres al año y calendario anual
- Por fallecimiento de cónyuge o hijo, 30 días de permiso, de los cuales los 5 primeros son retribuidos

Algunas cifras acerca de la plantilla (con contrato indefinido):

	2019	2018
Mujeres	55.479	54.457
Hombres	33.621	31.043

	2019	2018
Hasta 29 años	13.790	11.970
Entre 30 y 39 años	32.010	33.345
Más de 40 años	43.300	40.185

	2019	2018
Personal base	81.092	77.911
Técnicos	4.164	3.833
Coordinadores	3.788	3.704

	2019		2018	
	Tiempo Total	Tiempo Parcial	Tiempo Total	Tiempo Parcial
Mujeres	36.942	18.537	35.618	18.839
Hombres	31.968	1.653	29.642	1.401

El desglose por clasificación profesional de la plantilla no incluye ni altos directivos ni consejeros cuya información se detalla en las notas 15 y 17 de la memoria adjunta.

La equidad es un valor irrenunciable que forma parte del modelo de la compañía, que aplica de manera transversal y se concreta en el principio de “a igual responsabilidad, mismo sueldo”.

Algunas cifras acerca de los sueldos medios (euros brutos/mes):

	2019	2018
Hasta 29 años	1.648	1.655
Entre 30 y 39 años	2.102	2.085
Más de 40 años	2.320	2.313

Los sueldos medios mensuales durante el ejercicio 2019 para las mujeres de las categorías profesionales personal base y técnicos, que representan el 96 % de la plantilla, han ascendido a 1.926 y 3.073 euros respectivamente (1.896 y 3.008 euros en 2018), siendo los sueldos equivalentes para hombres, inferiores en 57 y 110 euros respectivamente (68 y 50 euros en 2018) en estas mismas categorías. En la categoría de coordinadores el sueldo medio de las mujeres en 2019 ha sido de 5.964 euros (5.694 en 2018) siendo el de los hombres superior en 302 euros (412 euros en 2018).

b) Compromiso con la conciliación, la igualdad y la diversidad:

El modelo de gestión de Recursos Humanos defiende y fomenta valores irrenunciables que redundan en el desarrollo personal y profesional de las personas. Por este motivo, propicia una relación de respeto y confianza, en la que la tolerancia, la igualdad y la diversidad son valores que enriquecen.

Todo ello se refuerza con el Plan de Igualdad de la compañía, que parte del compromiso por el desarrollo de unas relaciones laborales basadas en la igualdad, la calidad del empleo y el respeto por la diversidad y que no admiten ningún tipo de discriminación por razón de género. Como consecuencia de todo ello, se puede concluir que no existe brecha salarial en puestos de trabajo de igual responsabilidad.

La conciliación familiar y laboral es fundamental para Mercadona y algunas de sus cifras son explícitas por sí solas:

	2019	2018
Trabajadoras que han decidido ser madres	2.149	2.318
Trabajadores/as que alargan en 30 días el permiso por nacimiento	2.284	2.360
Trabajadores que han disfrutado permiso por nacimiento	1.532	1.436
Trabajadores/as que disfrutaban jornada reducida	15.899	16.062

Adicionalmente, algunos de estos padres y madres, llevan a sus hijos a los centros educativos infantiles gratuitos que la compañía tiene desde 2001 en algunos de sus bloques logísticos.

Mercadona establece medidas en un Plan de Igualdad, que forma parte del Artículo 41 del Convenio Colectivo del Grupo de Empresas Mercadona (publicado en el BOE nº 42 de 18/02/2019), consistente en promover condiciones que mejoren la conciliación y en establecer compromisos que traten de reducir desequilibrios:

- Mejorando ciertos aspectos de la Ley para fomentar la corresponsabilidad y la conciliación familiar y laboral, como son:
 - Excedencia por cuidado de hijo/a hasta que el menor cumpla 12 años.

- Excedencia por cuidado de familiares hasta 5 años.
- Excedencia por violencia de género hasta 3 años, con reserva de puesto de trabajo.
- Permisos por reproducción asistida.
- Permisos por adopciones internacionales.
- Preferencia para la movilidad geográfica para cuidado de familiares.
- Posibilidad de optar por acumular la reducción de jornada por lactancia, ampliándola hasta 30 días, a continuación de la baja por nacimiento y además existe la posibilidad de disfrutar de las vacaciones con posterioridad a este periodo.
- Estableciendo compromisos para favorecer la igualdad, entre los cuales figuran:
 - Cuota del 50 % de mujeres en los cursos de promoción para personal directivo.
 - A igualdad de méritos y capacidad, se prevé que pueda acceder la persona del género menos representado.
 - Prevenir y sancionar el acoso.
 - Utilizar un lenguaje y unas imágenes no sexistas.
 - Formar en igualdad y en técnicas de selección no sexistas a quienes se encarguen de la selección y al personal directivo.
 - Establecer un protocolo de actuación en caso de violencia de género.
 - Existe una comisión de seguimiento encargada de evaluar el cumplimiento de las medidas y proponer acciones en caso de encontrar desequilibrios.

La compañía impulsa la diversidad, valor integrador que refuerza su desarrollo, con el que incrementa la obtención de resultados y que mejora su competitividad. Para ello, promueve unas condiciones de trabajo respetuosas con la diversidad en todos sus ámbitos por medio de una política de neutralidad corporativa que los datos avalan por sí solos como pone de manifiesto el hecho de que el 62 % de la plantilla sean mujeres; que del total de personas que han sido promocionadas, el 40 % hayan sido trabajadoras; o que la compañía cuente ya con más de 1.800 mujeres en puestos directivos, datos similares a los del ejercicio anterior.

Mercadona y sus representaciones sindicales han establecido un protocolo de actuación en caso de acoso moral, sexual y por razón de género, donde se establece el cauce de denuncia y el desarrollo de una investigación.

Tras recibir la denuncia interna la compañía constituye una comisión informativa formada por una persona nombrada por el Departamento de Recursos Humanos y un representante de los trabajadores/as que deben evaluar la denuncia, y en caso de concluir que hay indicios de acoso, se constituye en segunda instancia la Comisión de Investigación de Acoso Laboral formada por un técnico/a de prevención, una persona designada por el Departamento de Recursos Humanos y un representante de los trabajadores/as que se entrevistarán con las personas implicadas y recabarán información para emitir un documento de conclusiones en el plazo máximo de 30 días desde la interposición de la denuncia.

Adicionalmente, Mercadona tiene un canal de información que permite a las trabajadoras y trabajadores transmitir tanto las posibles quejas como las felicitaciones.

Finalmente, destacar que se establecen políticas en contra de todo tipo de discriminación promoviendo la gestión de la diversidad. Por ello, su política de Recursos Humanos aplica de manera transversal el principio de igualdad de trato y de oportunidades en todos los ámbitos y a todos los efectos, no admitiendo discriminaciones por razón de género, orientación sexual, estado civil, discapacidad, edad, raza, convicciones políticas y religiosas, afiliación sindical o de cualquier tipo.

La compañía cuenta con 634 trabajadores/as con capacidades diferentes (55 más que en 2018) y trabaja con diferentes Centros Especiales de Empleo, que en conjunto agrupan a aproximadamente 2.800 personas más.

c) Compartir beneficios con la plantilla:

Mercadona recompensa el esfuerzo de las trabajadoras y trabajadores con un salario que durante años, y también en 2019, se ha mantenido por encima de la media del sector.

Para incentivar el liderazgo y premiar el esfuerzo personal y colectivo, cuenta con una política de retribución variable a través de la cual reconoce a las trabajadoras y trabajadores la consecución de los objetivos marcados y que se traduce en compartir con ellos los beneficios obtenidos a lo largo del año. De esta forma, quien tenga más de un año de antigüedad y cuya implicación durante el año haya permitido cumplir los objetivos personales específicamente pactados para su puesto de trabajo, cobra una prima anual que ha supuesto para la compañía compartir con sus empleados 340 millones de euros, lo que supone un incremento de 15 millones de euros respecto al año anterior.

d) Formación para el crecimiento personal:

Mercadona apuesta por la formación continua y destina importantes recursos tanto personales como económicos para fomentarla, esfuerzo cuyo retorno más evidente es la calidad de los recursos humanos.

La formación potencia las habilidades y conocimientos de las trabajadoras y trabajadores constantemente y, apuesta por la formación continua para consolidar, no solo el desarrollo presente y futuro de la plantilla sino, el crecimiento sostenido de la compañía.

La política de formación implementada diferencia fundamentalmente entre la formación de las incorporaciones y aquella realizada para seguir desarrollando las capacidades de las trabajadoras y trabajadores. Por otro lado, se distingue entre formación transversal para todas las personas y la específica en función de la actividad desempeñada.

La formación de las nuevas incorporaciones se inicia con el Plan de Acogida el primer día en la compañía, y se mantiene durante toda la trayectoria profesional. Gracias a ello consolidan y mejoran sus habilidades. Ya en el Plan de Acogida, las trabajadoras y trabajadores incorporados reciben formación en Prevención de Riesgos Laborales de su puesto y en Seguridad Alimentaria, muestra de la importancia que Mercadona da a la seguridad de "El Jefe" y de las trabajadoras y trabajadores.

En los primeros cuatro meses desde su incorporación, los empleados reciben, por parte de su coordinador, la formación en el Modelo de Mercadona, que deben aplicar en su día a día y la formación específica, necesaria para poder realizar las tareas correspondientes al puesto que van a ocupar. La formación, a la que se le da una orientación práctica, se realiza en su mayoría en el mismo puesto de trabajo bajo la tutela de un tutor "sabio" en los procesos, quien garantiza que, cuando acabe el periodo de formación, el alumno dispondrá de los conocimientos y habilidades necesarios para desarrollar su trabajo rutinario de una manera eficiente y autónoma.

Para las trabajadoras y trabajadores de las tiendas, se desarrollan acciones formativas con el fin de ser mejores "tenderos" y ofrecer un mejor servicio a "El Jefe". Estas se llevan a cabo en las tiendas con los productos y herramientas que posteriormente serán implantadas y se utilizarán. Esta formación es impartida por personal interno "sabio" en los procesos conjugando la teoría con la práctica.

Esta orientación práctica que se da a la formación hace que, en determinadas acciones formativas, las trabajadoras y trabajadores que van a recibir la formación tengan que realizar el esfuerzo de desplazarse, como ha sido el caso de quienes se han formado en el negocio de Listo para Comer durante 2019.

Asimismo, se facilita formación a las trabajadoras y trabajadores sobre nuevas herramientas informáticas que mejoran la productividad y hacen el trabajo más fácil y seguro para la gestión en cualquier área de la empresa. Esta formación puede ser impartida por personal interno o externo.

Mercadona también pone a disposición de sus empleados determinada formación externa en aquellos casos en que, por su especialización o por no disponer de los medios necesarios, no puede impartir personal interno de la empresa, y cierta formación reglada requerida para cumplir con la ley. Dentro de las formaciones externas resaltar la formación en idiomas que reciben las trabajadoras y trabajadores que, por su puesto de trabajo, utilizan un idioma extranjero en su relación con uno de los cinco componentes.

Por su parte, todos los gerentes que promocionan y pasan a ser directivos, además de realizar la formación específica del nuevo puesto de trabajo, reciben un curso de directivos impartido por los miembros del Comité de Dirección y donde las futuras directivas y directivos debaten sobre ejemplos del día a día de la aplicación del Modelo.

Esta formación sirve como canal para conocer a los coordinadores de los departamentos y a su vez, adquirir una visión global de la empresa. Una visión de la empresa que, junto con su aplicación práctica a través del ejemplo diario, completa su formación como directivo/a líder. La misma finaliza con una jornada de clausura impartida por el Presidente de la compañía.

Durante este ejercicio, un total de 424 personas, se han formado en habilidades directivas con el programa "Directivos Líderes", que se puso en marcha en 2009. En el presente ejercicio la formación ha supuesto una inversión media por directivo de aproximadamente 21.900 euros.

Por último, señalar que, de manera recurrente, se realizan reuniones de empresa que tienen como finalidad informar / formar a todas las trabajadoras y trabajadores de Mercadona de los resultados y movimientos que se están realizando, con el fin de que conozcan la situación actual de la compañía e incrementar su compromiso con la misma.

Algunos datos acerca de la formación:

	2019	2018
Personas	85.622	66.500
Horas	2,8 M	2,5 M
Horas sobre total plantilla	32	29
Inversión	87 M€	70 M€

El número de horas de formación por categorías profesionales ha sido el siguiente:

	2019	2018
Personal base y técnicos	2.136.000 horas	1.673.459 horas
Coordinadores	705.000 horas	787.811 horas

e) Oportunidades de promoción interna:

La promoción interna es una de las señas de identidad de Mercadona, su apuesta por las trabajadoras y trabajadores y su desarrollo profesional dentro de la empresa, siendo el máximo exponente de la misma el hecho de que todos los directores generales que componen el Comité de Dirección son fruto de dicha promoción interna. Adicionalmente, un total de 821 personas han asumido nuevas y mayores responsabilidades dentro de la empresa.

Mercadona no admite ningún tipo de discriminación por razón de género. Actualmente el porcentaje de mujeres y hombres en puestos directivos es similar, fruto de haber pasado de las palabras a los hechos en su compromiso con la igualdad, lo que ha permitido que durante los últimos años haya aumentado considerablemente la presencia de las mujeres en puestos directivos.

f) Salud y seguridad en el trabajo:

Año tras año, la compañía refuerza la formación en prevención de la plantilla, labor en la que están involucrados todos y cada una de las trabajadoras y trabajadores y que contempla, además, cualquier cambio que pueda generarse en los procesos productivos. Durante este año, la

compañía ha contado con la colaboración de servicios de prevención ajenos, como Quirón Prevención, Previs, Preving o Cualtis, que han contribuido tanto en el ámbito de la formación como en el de la prescripción de criterios y desarrollo de nuevos procesos.

De todas las acciones de prevención llevadas a cabo durante el año, cabe resaltar como hito importante la integración de los principios de la acción preventiva en los procesos productivos de la empresa. Reflejo de esta integración, es el Nuevo Modelo de Tienda más eficiente, cómoda, accesible y segura para “El Jefe”, pero también para los trabajadores/as, que ven materializado el compromiso de la compañía en la promoción de la salud laboral, mejorando su lugar de trabajo.

Velar por la salud y seguridad laboral de las trabajadoras y trabajadores es un objetivo permanente y esencial, por ello asume esta responsabilidad como prioritaria y centra la mayor parte de sus esfuerzos en este ámbito, en dotar a cualquiera de los diferentes puestos de trabajo y procesos productivos de la mayor seguridad y ergonomía. Durante el ejercicio, los accidentes más comunes que se han registrado han sido sobreesfuerzos del sistema osteomuscular y la enfermedad profesional más común el síndrome del túnel carpiano.

Contribuir en la seguridad y salud de las trabajadoras y trabajadores es un objetivo permanente en la mente de todos los directivos cuando proyectan e implantan mejoras y cambios en sus procesos, así como cuando realizan las nuevas tareas, aplicando las medidas preventivas. Lo mismo aplica en lo referente a los trabajos realizados por trabajadores externos en instalaciones de Mercadona, pues se definen y coordinan las actividades que realizan de forma que se garantice la seguridad de todos los implicados, como por ejemplo el proceso de descarga en tienda realizado entre el transportista y el personal de la tienda.

Durante este año, ha finalizado el cambio de vestuario a todo el personal de tiendas, y se está estudiando la mejora del calzado de seguridad, con un diseño actualizado y mucho más ergonómico y moderno.

El objetivo principal de esta renovación es mejorar el puesto de trabajo del personal de tienda con uniformes y equipos de protección más cómodos. En ese sentido, se ha apostado por tejidos elásticos y se ha mejorado el diseño de las camisas, cambios que buscan favorecer la movilidad. Asimismo, se ha aumentado la calidad en todas las prendas, garantizando la movilidad, resistencia de tejidos y colores.

Junto a estas mejoras ergonómicas, el nuevo uniforme también ha actualizado su diseño, más moderno y acorde al estilo del Nuevo Modelo de Tienda Eficiente.

Como empresa consciente y responsable, trata de vivir la prevención en el desempeño diario de su actividad, hecho debido en parte, a la profunda labor formativa llevada a cabo durante el año con todas las trabajadoras y trabajadores. Para conseguir esta integración preventiva, la empresa está desarrollando una labor de concienciación continua y transversal, centrada en definir cómo actuar para evitar comportamientos inseguros, detectar condiciones de trabajo peligrosas y proceder en situaciones de emergencia.

Todas estas actividades son estratégicas y van dirigidas al objetivo de incrementar sustancialmente la cultura de la compañía en materia preventiva en coherencia con el Modelo de Mercadona donde el Trabajador se ubica secuencialmente a continuación de “El Jefe” como objetivo a satisfacer.

Paralelamente a las actividades comentadas, el servicio de prevención continúa con su labor de vigilancia de la salud inicial y periódica, la investigación de los accidentes de trabajo e incidentes graves y los estudios específicos de seguridad (adecuación de los equipos de trabajo al RD 1215/1997), ergonomía (diseño de nuevos puestos de trabajo) e higiene industrial.

Algunos datos acerca de la salud y seguridad en el trabajo:

		2019	2018
Evaluación de riesgos de los nuevos centros y de las reformas realizadas en supermercados, centros logísticos y oficinas		391	249
Incidencia de accidentes de trabajo (nº de accidentes con baja por cada 1.000 trabajadores)		23,02 ‰	19,20 ‰
Frecuencia (por cada 1.000.000 trabajadores)	Mujeres	12,41 ⁰ /00000	11,08 ⁰ /00000
	Hombres	12,49 ⁰ /00000	12,49 ⁰ /00000
Gravedad (nº de días perdidos por accidente por cada 1.000 horas de trabajo durante el año)	Mujeres	0,58 ‰	0,40 ‰
	Hombres	0,65 ‰	0,40 ‰
Horas perdidas de absentismo laboral		4.710.424 (2,57 %) ¹	3.116.727 (1,98 %) ¹

¹% jornadas perdidas por bajas IT respecto al caudal necesario.

La política de Recursos Humanos de la compañía, que ya en 2017 y 2018 Harvard Business Review destacó internacionalmente por sacar “el máximo rendimiento” de la plantilla, al aprovechar “las aptitudes creativas y de resolución de problemas de los trabajadores/as para que sugieran mejoras”, ha vuelto a ser reconocida en 2019 como la primera empresa en Talento en el sector de la distribución y la sexta a nivel general en el ranking Merco Talento del Monitor Español de Reputación Corporativa (Merco). Esta compañía, que mantiene y consolida las posiciones logradas en ejercicios anteriores, confirma con este reconocimiento su apuesta por la captación y retención del talento.

A su vez, estos reconocimientos reflejan la apuesta de manera sostenida por la calidad laboral, a la que seguirá destinando muchos esfuerzos, consciente de lo mucho que aún puede mejorar en este ámbito.

5. Información relativa a Medioambiente y Sociedad:

5.1. Medioambiente y sostenibilidad

Mercadona es consciente de los efectos que su actividad pueda causar en el entorno, motivo por el que mantiene un compromiso pleno con la protección y el aprovechamiento eficiente de los recursos naturales. Con esta responsabilidad, incorpora mejoras que añadan valor a “El Jefe” y a la sociedad en su conjunto. Asimismo, es consciente de lo mucho que les queda por hacer en todo ello.

La compañía dispone de un Sistema de Gestión Medioambiental propio, cuyo objetivo principal es la identificación de focos de riesgo y la adopción de medidas destinadas a prevenir riesgos y evitar accidentes ambientales a lo largo de todo su proceso. Los principales focos de riesgo están identificados y se han implantado sistemas de prevención y gestión que incluyen, entre otras medidas, la prevención de vertidos accidentales en los bloques logísticos, prevención de contaminación de suelos por hidrocarburos y la reducción de generación de residuos y gestión de residuos peligrosos y no peligrosos generados en sus tiendas y bloques logísticos.

Dicho sistema propio está enfocado hacia tres áreas fundamentales:

a) Optimización logística y transporte sostenible

Como consecuencia de la actividad de Mercadona y con el objetivo de poner a disposición de "El Jefe" productos lo más frescos posible, la mayoría del transporte de mercancías sigue realizándose por carretera. Conscientes de los impactos que este medio de transporte genera en el entorno, tiene implantadas numerosas estrategias que persiguen el objetivo general de "transportar más con menos recursos" y que abarcan los posibles impactos que la flota de camiones pueda generar tanto en carretera como en ciudad.

Una de las estrategias principales en su distribución consiste en contratar flota que reduzca el impacto en el medioambiente a través de la disminución de emisiones, como los óxidos de nitrógeno y las partículas. Reflejo de ello, es la incorporación de 75 camiones propulsados a gas natural licuado (GNL) durante 2019 (21 más que en 2018), para el abastecimiento de tiendas situadas en ciudades donde pueden darse escenarios de alta contaminación como Madrid o Barcelona. También, que el 99 % de la flota contratada cumple con el estándar de motor Euro VI y Euro VI C, que son los estándares más exigentes en materia de emisiones en el mercado.

Asimismo, y con el mismo objetivo, se están llevando a cabo pruebas con furgonetas eléctricas e híbridas (gasoil-gas natural) utilizadas para los repartos a domicilio de la venta online.

Por otro lado, con el objetivo de conseguir la mayor eficiencia posible, ha impulsado junto con sus proveedores de transporte numerosas mejoras en los camiones que permiten aligerar el peso total del vehículo para poder transportar más carga útil en cada viaje, consiguiendo una mejora aproximada de una tonelada más por camión que la media del mercado.

En esta misma línea, también ha apostado por incorporar en esta flota vehículos de mayor capacidad como el megatráiler, un vehículo que permite la carga de hasta 51 palés y que permite reducir en la distribución el número de viajes necesarios, y por lo tanto, las emisiones.

Otra premisa importante es procurar que estos medios de mayor carga y capacidad se aprovechen y que siempre que circulen, lo hagan llenos para maximizar su eficiencia. Fruto de todos los esfuerzos realizados en planificación de rutas, ecodiseño de productos y optimización de cargas, los camiones han alcanzado un porcentaje de llenado del 88 % consiguiendo por tanto una alta eficiencia en el uso de los recursos logísticos.

Otras buenas prácticas en logística incluyen la estrategia denominada "Compra sobre muelle": acudir a las instalaciones de proveedores de producto para optimizar los viajes y facilitar que los camiones circulen siempre llenos. Esta estrategia mejora la eficiencia de cada viaje y reduce la huella de carbono global del proceso.

Por último, otro de los puntos relevantes es la descarga urbana silenciosa. Esta modalidad de descarga urbana permite reducir el tráfico en las ciudades al realizarse en las horas valle cuando la congestión es menor y hacerlo sin contribuir a la contaminación acústica, ya que, gracias a sus medios físicos especialmente preparados, el proceso se puede realizar de manera silenciosa, evitando atascos y disminuyendo la contaminación.

Gracias a todas estas iniciativas, la compañía consigue optimizar el transporte y avanzar más en el objetivo de ser más eficientes e invisibles para el entorno. Muestra de ello es el premio de la "Eficiencia Logística" concedido a Mercadona, por el Salón Internacional de Logística (SIL), a través de un jurado de expertos independientes.

b) Eficiencia energética:

El objetivo a largo plazo es utilizar únicamente la energía que se necesita. Dentro de este objetivo ha iniciado un proyecto de renovación de sus tiendas que incluye significativas medidas de ahorro y eficiencia energética encaminadas tanto a reducir el consumo de energía como a, usando nuevas tecnologías, adaptarse a eventos climáticos más extremos.

Pese a que Mercadona no tiene establecidas metas específicas de reducción de emisiones, sí lleva a cabo un seguimiento de las mismas y trabaja para reducirlas año a año a base de aumentar la eficiencia de sus procesos.

Así pues, el Nuevo Modelo de Tienda de Mercadona incorpora nuevas medidas que permiten que el consumo energético sea hasta un 40 % menor en iluminación y refrigeración respecto a

una tienda convencional. Algunas de estas iniciativas ya estaban incorporadas en el 71 % de las tiendas de la cadena.

Además, el Nuevo Modelo de Tienda, ya presente en 800 tiendas, incluye mejoras en el aislamiento tanto de la envolvente como de los muebles de frío, uso de iluminación LED y gestión inteligente del consumo energético en todo el recinto. Se han renovado también gran parte de las instalaciones de refrigeración de la cadena, reduciendo el uso de gases fluorados mediante el control de puntos vulnerables susceptibles de generar fugas, y aplicando tanto nuevas tecnologías de refrigeración basadas en el CO₂, como reduciendo la cantidad y efecto invernadero de los gases utilizados (Poder de Calentamiento Atmosférico), lo cual ha permitido una reducción del 12 % de las emisiones de CO₂ equivalente respecto a 2018.

	2019	2018
Tiendas Ecoeficientes	1.155 tiendas 71 % de la red de tiendas	1.047 tiendas 64 % de la red de tiendas
Ahorro consumo eléctrico	14 millones de kWh	14,7 millones de kWh
Consumo energético	7.847.064 GJ	7.830.976 GJ
Inversión en protección del medioambiente	43,7 M€	40 M€

EMISIONES (kg CO ₂ /m ³ de mercancía ¹)	2019	2018 ²
Directas de CO ₂	6,93	13,02
Por consumo energético	14,79	15,12
Por transporte de mercancías y desplazamientos	17,16	16,44

¹ Elaboración propia basada en el protocolo GHG. Los datos de emisiones de CO₂ corresponden al periodo que va desde diciembre de 2018 hasta noviembre de 2019, ambos inclusive.

² Durante 2019 se han actualizado los factores de emisión utilizados en los cálculos.

	2019	2018
Emisiones totales de CO ₂	1,4 Millones de Toneladas	1,6 Millones de Toneladas
Reducción anual de emisiones	200.000 Toneladas	37.000 Toneladas
Emisiones de sustancias que agotan el ozono	La compañía no utiliza sustancias que agotan el ozono	

En cuanto al uso del agua, se abastece al 100 % de las redes de agua municipales. El consumo en tiendas se da mayoritariamente por procesos de limpieza, aguas sanitarias y generación de hielo para la pescadería. En bloques logísticos los consumos principales se centran en limpieza, refrigeración y fabricación de hielo para el almacén de pescado fresco. El sistema de telegestión que permite controlar los consumos energéticos en tiempo real también lleva el control del consumo de agua de las tiendas, permitiendo así detectar fugas e incidencias en la red y poder actuar en consecuencia. Además, en algunos bloques logísticos se han construido aljibes subterráneos que permiten acumular el agua de lluvia recogida en las cubiertas y aprovecharla principalmente para usos de riego, baldeo y limpieza de exteriores.

El aumento de consumo respecto a 2018 es debido a la apertura de nuevos almacenes, principalmente refrigerados, a la entrada en funcionamiento de un nuevo edificio de oficinas y al incremento de la cifra de negocio.

AGUA	2019	2018
Captación de agua de lluvia utilizada para riego y baldeo	en 3 plataformas logísticas	
Consumo medio de agua por tienda	110 m ³ / mes	100 m ³ / mes
Consumo de agua (hectómetros cúbicos)	4,8 hm ³ <i>Tiendas: 2,2 hm³</i> <i>Bloques logísticos: 2,6 hm³</i>	4 hm ³

c) Gestión de residuos y prevención del desperdicio alimentario

La gestión de residuos es una parte crucial del trabajo de Mercadona ya que determina en gran parte la eficiencia de los procesos de la compañía. Esto hace que los esfuerzos se encaminen sobre todo a la prevención, buscando las mejores maneras de evitar la generación de residuos y de encontrar maneras de gestionarlos cada vez mejor, aprovechando las oportunidades de considerarlos como recursos valiosos para otros procesos según los principios de la economía circular.

Se han eliminado de forma definitiva de todas las tiendas las bolsas de plástico de un solo uso, ofreciendo a los clientes tres alternativas (reutilizables y reciclables) para transportar la compra: bolsas de papel, cestas de rafia y bolsas con un 50-70 % de plástico reciclado procedente del embalaje recuperado en las tiendas. En este último caso la compañía, aplicando los principios de la Economía Circular, reaprovecha anualmente más de 3.000 toneladas de plástico procedente de los embalajes recuperados en sus tiendas, que después envía a sus bloques logísticos por logística inversa y desde allí a los gestores autorizados Saica Natur y CTC (reciclados La Red), que lo convierten en granza, para que el fabricante Plasbel le dé una segunda vida en forma de bolsas para transportar la compra.

Estas medidas forman parte de una estrategia transversal para reducir la huella plástica de Mercadona y evitar el desperdicio. Esta estrategia se ha ido definiendo en 2019 y se irá desarrollando en 2020 y años siguientes.

Esta última alternativa es fruto del compromiso conjunto de clientes, empleados y proveedores, y de su implicación en el aprovechamiento de los recursos, la reducción, la reutilización y el reciclaje para alargar la vida de los materiales y evitar que acaben en el vertedero.

Prevención y reducción del desperdicio alimentario

La compañía aplica continuamente medidas para reducir la cantidad de residuos generados. El nuevo sistema de pedidos de las tiendas permite seguir las ventas en tiempo real y mantiene informado en todo momento al personal de qué productos prescribir para garantizar la mayor frescura posible a "El Jefe" sin generar desperdicio.

En toda la cadena de suministro se llevan a cabo numerosas estrategias como la de "árbol completo", que busca aprovechar toda la producción, sea en venta directa o para el uso en un proceso productivo diferente que permita su aprovechamiento.

Asimismo, realiza distintas acciones en sus tiendas con el objetivo de minimizar el desperdicio alimentario destacando, entre otras, la bajada de precio de productos frescos y la donación de alimentos aptos para el consumo pero no para la venta.

A lo largo de estos últimos años, ha participado en la estrategia del MAPA "Más alimento, menos desperdicio", cuyo objetivo es prevenir y reducir el desperdicio alimentario. Paralelamente, y un año más, ha formado parte de la iniciativa de AECOC "La alimentación no tiene desperdicio, aprovéchala", programa que pone en contacto a todos los actores de la cadena de suministro para concienciar, crear sinergias y prevenir el desperdicio alimentario en todos los ámbitos.

Reutilización

El sistema logístico hace uso de un *pool* de envases reutilizables que evita el uso de miles de toneladas de cartón cada año. Cada caja tiene una vida útil de aproximadamente 5 años y luego puede reciclarse y usarse para elaborar otras cajas o palés, continuando dentro del ciclo productivo y evitando la generación de residuos.

Reciclaje

Mercadona recupera, separa y recicla el 76 % del total de residuos que genera. En concreto, separa y envía a reciclar todos los residuos de cartón, plástico, poliexpán y madera mediante gestores autorizados y trata de reducir la propia generación de residuos mediante la adecuada gestión de los pedidos. Todo el material de envase que se recupera en tiendas es precompactado y enviado a los bloques logísticos por logística inversa. Una vez allí es transportado a gestores autorizados que lo reciclan y le dan nuevos usos, entre los que se encuentran, por ejemplo, las cajas de cartón de *bricks* de leche Hacendado.

Asimismo, tanto la compañía como algunos de sus proveedores han establecido sinergias para reutilizar residuos de uno en beneficio de otro, mediante la estrategia de economía circular que sigue la premisa de convertir residuos en recursos para reincorporarlos al ciclo de la economía productiva.

Además, la línea de menaje de limpieza del hogar disponible en sus tiendas, está elaborada con plástico reciclado proveniente de mantas agrícolas térmicas y de procesos de otros proveedores de Mercadona.

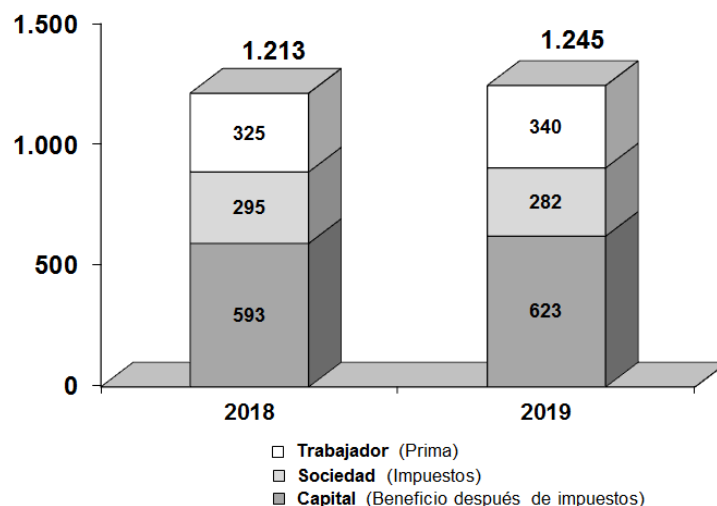
TONELADAS DE RESIDUOS SEPARADOS Y RECICLADOS	2019	2018
Madera	3.663	3.479
Papel y cartón	223.090	213.167
Plástico	17.079	16.296
Tasa de reciclado (sobre el total de residuos generados)	76 % reciclado/valorización, 24 % destrucción	

5.2. Mercadona Social y Responsable

El Modelo de Mercadona es un modelo de gestión ético y responsable que genera valor, basado en un compromiso estable, sostenible e integrador, que busca la creación de valor para la sociedad, a través de la generación de empleo y riqueza, la apuesta por el crecimiento conjunto y una distribución equitativa.

Mediante su actividad genera numerosos impactos en la sociedad y a lo largo de toda la geografía española. En este sentido, la compañía genera puestos de empleo tanto directos como indirectos a través de su actividad.

En 2019, el Beneficio compartido con los Componentes ha sido de 1.245 millones de euros, repartiéndose de la siguiente manera entre tres de los cinco que forman Mercadona:



Ejemplos de sus políticas sociales y sus resultados son:

a) Diálogo y transparencia:

Para fortalecer sus vínculos con la sociedad, favorece el diálogo con la misma, a través de una relación de cercanía y proximidad, con el objetivo de detectar la contribución que, dentro de su actividad, puede aportar a los entornos en los que tiene presencia y manteniendo lazos de colaboración firmes y estables, y apostando por la escucha y la transparencia como bases sobre las que construye la convivencia (desde la máxima de que “para poder recibir, primero tenemos que dar”).

Gracias a ello, detecta y satisface las necesidades de su entorno, al conocer de primera mano las inquietudes de cuantos forman parte de él (vecindad, consumidores, asociaciones e instituciones, etc.).

b) Relación con los consumidores:

Mercadona mantiene una actitud de escucha constante y fomenta el diálogo, al tiempo que aprovecha diferentes canales para difundir información sobre la compañía que considera de interés para sus clientes. Dispone de un Servicio de Atención al Cliente (SAC) gratuito y de diversos canales abiertos por la compañía en las distintas redes sociales.

El esfuerzo diario de cuantos forman parte del SAC permite canalizar todas las dudas y cuestiones que plantean los "Jefes". Una vez recibidas, se tramitan inmediatamente por medio de los mecanismos establecidos y se estudian individualmente para su posterior resolución por los departamentos implicados, que trabajan de manera coordinada para buscar la mejor solución que se le pueda ofrecer al cliente.

En 2019, el Servicio de Atención al Cliente de Mercadona gestionó todas las consultas recibidas, un total de 270.000 en España que fueron derivadas a cada departamento concreto para su posterior análisis. Este trabajo, fruto del diálogo abierto que se mantiene con los “Jefes”, ha permitido detectar puntos de mejora y consolidar al SAC como una de sus herramientas principales para reforzar la satisfacción de los clientes.

La compañía lleva años fomentando la participación y colaboración, a través de la promoción de acciones individuales o conjuntas, con las Asociaciones de Consumidores más representativas tanto del ámbito nacional, como del autonómico y provincial. Gracias a ello, se acerca a los consumidores y puede conocer su opinión, además de colaborar y participar en actos formativos e informativos.

En la compañía es sabido que las asociaciones de consumidores son la voz de una gran parte de los consumidores españoles. Escuchar al consumidor, conocer sus necesidades y ofrecerles soluciones que le añadan valor, a través del diálogo y la cercanía con ellos, tanto desde nuestras tiendas como a través de las asociaciones de consumidores que los representan, forma parte de nuestra misión como prescriptores.

El trabajo conjunto con las Asociaciones de Consumidores, les permite descubrir las inquietudes y tendencias del consumidor, además de fomentar y participar en todas aquellas actividades que ofrezcan al consumidor formación e información con el objetivo final de mejorar su protección/satisfacción, o lo que es lo mismo, que puedan realizar su compra de forma responsable.

Mercadona mantiene un compromiso responsable con aquellos “Jefes” que sufren intolerancias o alergias alimenticias, para quienes trabaja con el objetivo de facilitar, igualmente, la incorporación en su surtido, y con todas las garantías, de productos aptos para sus dietas. La compañía ha seguido incrementando su surtido de productos sin gluten y, al cierre de 2019, cuenta con un total de 1.300 productos libres de esta proteína, lo que refuerza el compromiso que desde hace más de una década mantiene con el colectivo celíaco.

Paralelamente, la compañía ha continuado trabajando en la mejora del surtido e identificación de productos sin alérgenos, con el objetivo de que los “Jefes” con intolerancias o alergias puedan comprar en todas las categorías de productos.

Asimismo, es consciente de la importancia y relevancia que tiene la nutrición para la sociedad. Por ello, sigue manteniendo su compromiso con el Ministerio de Sanidad, Igualdad y Política Social con colaboraciones en la Estrategia Nacional sobre Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad (NAOS), a través de acciones con los proveedores fomentando diferentes iniciativas con el fin de promover una nutrición saludable.

Con absoluto respeto a los principios de independencia y transparencia, colabora activamente con asociaciones de consumidores y usuarios en el desarrollo de proyectos específicos de información, formación y defensa de los consumidores y usuarios, mejorando su posición en el mercado, consistentes en la realización de actuaciones, trabajos, estudios o publicaciones de interés general para los consumidores y usuarios.

Con el objetivo de retroalimentarse a través de "El Jefe" cliente, dispone de una herramienta informática a través de una *tablet*, que proporciona información inmediata a los responsables del producto, distinguiendo además entre calidad y seguridad alimentaria y permitiendo una gestión ágil. De estas quejas, las que inicialmente son catalogadas como posible riesgo de seguridad alimentaria, se envían por mensaje de texto a las personas responsables para empezar a gestionarse y así dar una respuesta más rápida y ágil ante posibles problemas.

Igualmente, participa activamente en las asociaciones empresariales más representativas de supermercados y del sector agroalimentario (de ámbito estatal, autonómico, provincial y local), promoviendo la Responsabilidad Social Empresarial, la Innovación Empresarial y la Cadena Agroalimentaria Sostenible.

c) Gestión proactiva con la vecindad:

La relación que mantiene con la vecindad está basada principalmente en el respeto y entendimiento mutuo. Por ello, a través de un diálogo constante, le permite detectar las necesidades que le plantean y armonizar su actividad comercial, con el objetivo de que no interfiera ni genere ningún impacto molesto en aquellos entornos y barrios en los que tiene presencia.

La compañía puso en marcha en 2014 el proyecto "Gestión Proactiva con los Vecinos", herramienta preventiva donde se revisan los focos de riesgo y que ha permitido prevenir que se produzcan posibles molestias, reduciéndose en consecuencia la necesidad del número de chequeos a realizar.

	2019	2018
Chequeos en procesos de carga y descarga en tiendas	2.852	5.190
Chequeos en procesos internos de las instalaciones y supermercados	2.220	3.080
Sugerencias, quejas y mejoras procedentes de los vecinos gestionadas	550	418
Resueltas satisfactoriamente en menos de 30 días naturales	73 %	70 %

d) Contribuir a una sociedad más sostenible:

Durante este año, ha seguido impulsando la construcción de jardines urbanos que la compañía ha instalado en las cubiertas de las tiendas que tiene en patios de manzana, así como los jardines verticales integrados en algunos centros, iniciativa que puso en marcha en 2016 para mejorar la convivencia con los vecinos y aislar tanto acústica como visualmente parte de sus instalaciones.

Cuenta con un total de 7 jardines urbanos. Para su construcción y diseño, se han utilizado especies autóctonas de bajas necesidades hídricas, que contribuyen a reducir tanto la contaminación como el denominado "efecto isla de calor", ya que son un excelente aislante. Esta

iniciativa, además de aportar beneficios medioambientales a la comunidad, supone la integración sociolaboral de personas con discapacidad intelectual de la Fundación Capacis, que participan en la construcción de los jardines urbanos y se encargan de su mantenimiento.

Además, y como parte de su preocupación por la integración en el entorno y la biodiversidad, mantiene una colaboración con la ONG SEO/BirdLife para la protección de las aves en las grandes ciudades. Se han instalado comederos, bebederos, cajas nido y hábitats para insectos en las cubiertas ajardinadas que tienen algunas tiendas y se ha implantado un programa de protección para las golondrinas que aniden en las tiendas.

e) Integración en la sociedad:

Mercadona impulsa el comercio de proximidad de las zonas y barrios en los que tiene presencia y mantiene un compromiso especial con la convivencia de formatos tradicionales.

Desde 2001 impulsa la revitalización de los mercados tradicionales en las 37 tiendas que la compañía mantiene en sendos mercados municipales.

Asimismo, la compañía, mantiene un importante compromiso con los vecinos de sus entornos, en línea con los valores fundamentales de su ética empresarial, y tiene muy en cuenta las diferentes preocupaciones y necesidades de cada barrio, a las que ha tratado de dar solución con sus proyectos de apertura. Por ejemplo, la compañía ha construido y donado una plaza peatonal con jardines verticales junto al supermercado de Tavernes Blanques en València, iniciativa que ha permitido modernizar el entorno y proporcionar a sus vecinos un nuevo espacio verde y sostenible.

f) Apoyo al emprendimiento:

El talento de las personas es uno de los principales motores del desarrollo de la sociedad, por lo que promueve iniciativas tanto interna como externamente con las que contribuye a fomentarlo. Saber detectar, retener e impulsar el talento, contribuir a gestionar el conocimiento y las nuevas ideas es fuente de eficiencia y productividad y, por tanto, una clara apuesta por el futuro de la sociedad.

En el ámbito de la formación y desarrollo del talento, mantiene desde hace años una relación estrecha con EDEM Escuela de Empresarios, fundación de la cual la compañía es Patrono.

A través de su participación e implicación en ella, Mercadona contribuye a la formación de empresarios, directivos y emprendedores irradiando los valores fundamentales del Modelo de Mercadona.

EDEM Escuela de Empresarios forma parte, junto a la aceleradora Lanzadera y al vehículo de inversión Angels, de Marina de Empresas, una iniciativa que tiene la misión de formar, asesorar y financiar a los emprendedores de hoy y del futuro y que constituye una apuesta por la creación de riqueza y empleo, así como por el fomento del emprendimiento.

Junto a EDEM Escuela de Empresarios y la Asociación Valenciana de Empresarios (AVE), apoya año tras año el emprendimiento a través del patrocinio de la categoría "Premio al Emprendedor" de los Premios Rei Jaume I.

g) Social y responsable:

Uno de los compromisos que mantiene con la sociedad es, compartir con ella la riqueza generada, por eso, a lo largo del año, la compañía ha reforzado este compromiso por medio de su Plan de Acción Social, a través del cual apoya a diversas instituciones y entidades sociales de todas las Comunidades Autónomas.

h) Colaboración con la Sociedad

En 2019 Mercadona ha recibido numerosos premios y reconocimientos a su compromiso social por parte de distintas instituciones y entidades. Todos ellos reflejan la relación de colaboración y

solidaridad que la compañía mantiene con la sociedad, un compromiso constante que Mercadona consolida año tras año, consciente de lo mucho que puede y debe aportar para compartir con la sociedad la riqueza generada.

Asimismo, no realiza patrocinios con fines publicitarios, sino que participa en actividades de mecenazgo que persigan fines de interés general y de emprendimiento. Por lo que, en el ejercicio 2019, ha aportado 19,7 millones de euros a asociaciones y fundaciones diversas, centrado prácticamente en su totalidad en donaciones de productos de primera necesidad a bancos de alimentos y comedores sociales por importe de 17,2 millones de euros.

Finalmente, durante este ejercicio, ha tributado en concepto de impuesto sobre beneficios, un total de 158 millones de euros.

5.3 El Proveedor

El proveedor es uno de los pilares fundamentales del Proyecto Mercadona. Y dentro del proceso de transformación en el que está inmersa la compañía para impulsar de forma eficiente el Surtido Eficaz, el desarrollo de la cadena de suministro ocupa un papel muy relevante.

Gracias a su apuesta por la especialización la compañía puede ofrecer a "El Jefe" un Surtido Eficaz que garantiza en cada producto la seguridad alimentaria, la calidad, el servicio y el precio más bajo posible, apostando por un crecimiento responsable, fruto de dar respuestas a necesidades reales de los clientes y de poner en marcha únicamente las iniciativas que aporten valor.

Para ello, en 2019 ha contado con el apoyo de proveedores especialistas de frescos y secos, colaboración conjunta que permite desarrollar e innovar productos que sean la mejor opción en calidad y precio para "El Jefe".

El desarrollo del Modelo Totaler contribuye a consolidar un proyecto socialmente responsable y de crecimiento compartido que genera valor en los entornos en los que tiene presencia.

Esta forma de entender la relación con los proveedores y de contribuir a la generación de riqueza ha sido reconocida por CEPYME (Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa), que en 2019 ha otorgado a Mercadona su premio especial a la Trayectoria Empresarial.

En el nuevo Modelo Totaler, la relación de Mercadona y sus proveedores se rige por una serie de principios basados en:

- Relación a largo plazo.
- Desarrollo del producto con "El Jefe" y para "El Jefe" con iniciativas de coinnovación.
- Productos que aporten diferenciación Hacendado y que cumplan siempre: seguridad alimentaria, calidad definida y garantizada cada día, servicio y precio de compra competitivo.
- Contrato indefinido siempre que se cumplan las condiciones pactadas.
- Procesos de elaboración sostenibles y socialmente responsables.

Este Modelo de Proveedor Totaler es un modelo de responsabilidad compartida que apuesta por la colaboración y la agilidad como atributos clave para desarrollar e innovar productos que sean la mejor opción en calidad y precio para "El Jefe".

Y todo ello, aplicando en sus procesos buenas prácticas de protección ambiental y producción responsable, con proyectos basados en la economía circular o el uso eficiente de recursos que permiten ajustar al máximo el consumo de materias primas.

Gracias a este compromiso compartido, el 100 % de la carne fresca, huevos y leche de Mercadona procede de proveedores homologados que se han comprometido a tener implantados antes de 2021 los estándares certificables en materia de bienestar animal tanto en la fase de granja, como durante el transporte y durante el sacrificio, a través de diferentes programas y en colaboración con distintas instituciones como el Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA) o el Instituto de Investigación y Desarrollo Tecnológico (NEIKER – Tecnalia) y que son auditados tanto por nosotros mismos como por las Autoridades Sanitarias que tienen asignadas garantizándose el cumplimiento de la legislación vigente en sus procesos.

Asimismo, los proveedores de carne y leche se han adherido a los planes de reducción de antibióticos impulsados por la Agencia Española del Medicamento y por el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social.

Por su parte, la totalidad de los proveedores de pesca extractiva y de acuicultura comparten la Política de Compra de Productos de la Pesca de Mercadona, cuyo objetivo es lograr una mejora sustancial en la sostenibilidad de este tipo de productos. Esta política compromete a Mercadona y a todos sus proveedores de pescado a trabajar conjuntamente en base a garantizar el cumplimiento legal, las medidas de ordenamiento en vigor y la trazabilidad desde el origen hasta su venta.

Ejemplos de acciones impulsadas para lograr este fin, son la colaboración con el Proveedor Totaler Ecurís y con la International Seafood Sustainability Foundation (ISSF) para garantizar que el 100 % del atún en conserva Hacendado procede de caladeros responsables y sostenibles; y el trabajo que la compañía está realizando con el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) en la investigación de posibles parásitos susceptibles de ser encontrados en el pescado y frenar su evolución.

Además, para mejorar el comportamiento medioambiental de nuestra cadena de montaje con el entorno, se solicita a los Proveedores Totaler certificaciones medioambientales, de acuicultura y de bienestar animal, con el objetivo de garantizar cero riesgos en los procesos y ser socialmente productivos.

La compañía trabaja tanto con proveedores comerciales como no comerciales y de servicio, además de transportistas, que asumen un papel relevante en la cadena de montaje de Mercadona, pues su implicación conjunta ha permitido seguir promoviendo y consolidando un proyecto de crecimiento compartido que, año tras año, genera valor.

Este esfuerzo, además del impacto directo positivo que supone, produce un impulso que indirectamente repercute en la actividad de las zonas en las que se encuentra presente y que se traduce en la creación de industria, servicios y empleo; en la generación de riqueza y en la consolidación de las economías locales.

Con el objetivo de disponer siempre de la mejor opción para “El Jefe”, Mercadona tiene presencia en 12 países, además de España y Portugal en los que trabaja con los mejores proveedores especialistas también para reforzar su surtido y servicio. En estos lugares cuenta con oficinas de representación, sucursales y filiales, con las que da cobertura legal a las 45 trabajadoras y trabajadores que en origen pueden operar en representación de la compañía.

Además, la compañía ha continuado estrechando vínculos con los sectores estratégicos de la industria agroalimentaria española, como son el agrícola, pesquero y ganadero, reforzando con todos ellos su apuesta por la estabilidad, la planificación, la proyección de futuro, la seguridad en la compra y la especialización.

El impacto de la actividad económica de Mercadona y su entorno en España, según los cálculos del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie) ha sido:

	2019*	2018
Aportación individual al PIB	5.000 M€	4.800 M€
Aportación conjunta al PIB	24.200 M€ (1,95 % del PIB)	22.900 M€ (1,89 % del PIB)
Puestos de trabajo individuales	89.100	85.500
Puestos de trabajo totales (por la actividad directa, indirecta e inducida)	655.000 (3,6 % del empleo total en España)	630.000 (3,4 % del empleo total en España)

**Datos pendientes de confirmación definitiva por el Ivie a la fecha de emisión del presente Estado de Información no Financiera.*

Durante este año, Mercadona ha puesto en marcha unas Pautas de Conducta Ética para los proveedores, que se enmarcan en su compromiso con la Responsabilidad Social y con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, donde exige a sus proveedores de productos y de servicios un firme compromiso en materia de gestión ética, por lo que deben cumplir y respetar la normativa de los países en los que operan en materia de derechos humanos y ética laboral, seguridad e higiene en el trabajo, relación con terceros y medioambiente y sostenibilidad.

En caso de incumplimiento, la compañía se reserva el derecho a finalizar la relación comercial de manera inmediata, previa comunicación escrita al proveedor. Este documento queda recogido en la página web corporativa de la compañía.

Adicionalmente, está adherida al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria, acuerdo voluntario que se enmarca en la Ley de Medidas para Mejorar el Funcionamiento de la Cadena Alimentaria. Este proyecto, impulsado por el entonces Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medioambiente (MAPAMA) en colaboración con distintas asociaciones de toda la cadena agroalimentaria nacional, supone un nuevo paso en la promoción de prácticas comerciales justas.

Asimismo, desde 2014, la empresa es miembro de *The Supply Chain Initiative*, acuerdo voluntario europeo de buenas prácticas mercantiles de la cadena agroalimentaria, impulsado por siete asociaciones sectoriales europeas y que cuenta con el apoyo de la Comisión Europea.

Desde hace más de 15 años, la compañía tiene implantado un Modelo de Seguridad Alimentaria y Calidad orientado a garantizar el máximo nivel de inocuidad y calidad de todos sus productos y de sus procesos. El Modelo, que es extensible a todos los Proveedores Totaler, está fundamentado en tres objetivos (cero riesgos, cero defectos y cero crisis) y tres estrategias (preventiva, reactiva y contrastar).

Desde el año 2018, las auditorías que la compañía hace a sus proveedores, denominadas Decálogo de Seguridad Alimentaria y Calidad, se pueden realizar sin previo aviso, de este modo hay más transparencia, aumentando el nivel de exigencia de los procesos y garantizando más si cabe los productos.

Como parte del proceso de homologación y evaluación de los proveedores, y con el objetivo de garantizar la máxima seguridad alimentaria, se les solicita disponer de Certificaciones en Seguridad Alimentaria IFS y BRC. Actualmente, el 90 % de los proveedores dispone de las mismas, el resto se encuentran en proceso de certificación.

Además, cuenta también con un método de simulacros propio para incrementar sus niveles de seguridad alimentaria. En colaboración con los Proveedores Totaler y las Administraciones Públicas, aborda estos escenarios simulados en busca de soluciones ágiles y eficientes, lo que le permite detectar puntos de mejora y reforzar las habilidades de quienes participan en estas prácticas para enfrentarse con mayores garantías a posibles contingencias futuras.

Durante el ejercicio 2019, se han realizado 3 simulacros y la compañía no ha tenido ningún episodio de accidente en seguridad alimentaria hacia sus clientes.

	2019	2018
Evaluación de nuevas instalaciones y procesos de proveedores especialistas	2.519 contrastaciones del decálogo de S.A	2.000 contrastaciones del decálogo de S.A
Incorporaciones de nuevos proveedores	309	450
Controles de productos frescos	6.120	1.800
Otros controles de proceso (superficies y ambientes)	8.405	1.200
Controles de procesos logísticos	330	>350

6. Información relativa a los derechos humanos y a la lucha contra la corrupción y el soborno

Mercadona es empresa firmante del Pacto Mundial de Naciones Unidas, la mayor asociación que existe por la defensa de los valores fundamentales en materia de Derechos Humanos, normas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción.

Ha seguido trabajando para impulsar las diferentes iniciativas existentes al amparo de este Pacto y ha participado activamente en la elaboración de una guía de buenas prácticas orientada a ayudar a las empresas de alimentación y bebidas a promover los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

Las medidas adoptadas para la lucha contra la corrupción y el soborno se engloban dentro del Modelo de Organización y Gestión para la Prevención de Riesgos Penales aprobado por el Consejo de Administración el 4 de mayo de 2018.

En cumplimiento del artículo 31 bis del Código Penal ha elaborado un Programa de Prevención de Delitos cuyo principal objetivo es prevenir o, en su caso mitigar la comisión de delitos por parte de los empleados y directivos cuando actúan en nombre de la compañía en el desempeño de sus actividades laborales.

En este contexto normativo se engloban las medidas adoptadas para la lucha contra la corrupción y el soborno incluidas en el Modelo de Organización y Gestión para la Prevención de Riesgos Penales que incluye, además, los siguientes procedimientos y políticas:

- La creación del Comité de Cumplimiento Normativo (CCN) y la aprobación del Estatuto que regula su función.

El CCN es un órgano con poderes autónomos de iniciativa y control de la compañía que tiene encomendada la función de supervisar el funcionamiento y cumplimiento del Modelo de Organización y Gestión para la Prevención de Riesgos Penales de la compañía. Lo integran las principales divisiones corporativas que gestionan aspectos clave en dicha materia (área Jurídica, área Recursos Humanos y área Financiera).

El Estatuto del CNN cuenta con un sistema de recusación, abstención o remoción de sus miembros, que garantiza su imparcialidad, independencia, objetividad y confidencialidad de la información recibida por su condición de miembro integrante.

Asimismo, reporta al Comité de Dirección de Mercadona del que depende orgánicamente y dispone de recursos materiales y humanos propios necesarios para actuar con independencia funcional y organizativa.

Durante el año 2019, el CNN se ha reunido en dos ocasiones de forma ordinaria (mayo y noviembre), con el objetivo de hacer un repaso de todas las tareas desarrolladas durante el semestre y desarrollar un plan de acción en orden a cumplir con su cometido. Además, se ha reunido en dos ocasiones más de forma extraordinaria: la primera en enero para aprobar el presupuesto anual y la segunda para realizar un cambio en su composición.

- La creación de un Canal Interno de Comunicación y Denuncia en el que los directivos, empleados, clientes, proveedores y otros terceros implicados pueden comunicar aquellas conductas o hechos de los que se tenga conocimiento, relacionados con una actuación u omisión presuntamente delictiva o generadora de un riesgo de imputación penal para la compañía o para cualquiera de sus miembros.

Este canal se encuentra disponible en la web corporativa de la compañía cumplimentando un formulario (consulta o denuncia) que después reciben todos los integrantes del CCN.

- La aprobación de un Código de Conducta y de unas Pautas de Conducta Ética donde se establecen unos criterios básicos de actuación con los que Mercadona se compromete como empresa procurando que sus empleados y directivos los apliquen en el desempeño de sus actividades laborales.
- La aprobación de un Procedimiento Sancionador en el que se recogen las faltas y sanciones que en el ámbito de los riesgos penales pueden afectar a la compañía.

Asimismo, se ha incluido por primera vez en el Convenio Colectivo de Mercadona, como falta muy grave, el incumplimiento de las normas de prevención de riesgos penales establecidas en la empresa en su Código de Conducta.

- La aprobación de la Política sobre Ventajas y Beneficios Económicos (política de regalos) y de Pautas de Comportamiento con las Administraciones Públicas y Particulares, cuyo principal objetivo es evitar conductas por parte de los empleados y directivos de la compañía que puedan suponer actos de corrupción entre particulares y soborno con miembros de las Administraciones Públicas.

Este es el documento donde se contienen las medidas adoptadas para luchar contra la corrupción y el soborno. Entre las medidas implantadas destacan las siguientes:

- Prohibición de ofrecer o aceptar cualquier ventaja o beneficio económico de cualquier índole tanto entre particulares (salvo los amparados en actividades promocionales o eventos patrocinados) como con los funcionarios públicos o cualquier persona que ejerza una actividad pública.
- Actuar con transparencia, responsabilidad, imparcialidad, con plena dedicación a los fines sociales y evitando la participación en situaciones, actividades o intereses incompatibles con sus funciones.
- Toda la relación que se entable con la Administración Pública ha de estar fundada en una causa y objeto lícito y real.
- Abstenerse de participar en la elaboración o presentación de oferta y/o participación en subasta pública en las que se tenga constancia de que interviene de cualquier manera un miembro de la Administración Pública con que se tenga una relación familiar o de amistad.
- Abstenerse de actuar como intermediario o emplear a un tercero para dicha finalidad para que obtenga de cualquier miembro de la Administración Pública algún tipo de beneficio para la compañía.
- Remitir las comunicaciones a la Administración Pública en las direcciones de comunicación o datos de contacto que hayan facilitado sus miembros.

Todos los empleados que, debido a su actividad pueden estar expuestos a riesgos penales, han recibido formación en Compliance Penal y, además, tanto el Código de Conducta como las políticas corporativas están disponibles en la intranet de la compañía para que puedan ser consultadas en cualquier momento.

Durante este ejercicio, el Comité de Cumplimiento Normativo ha estado inmerso en la revisión del Programa de Prevención de Delitos, actualizándolo teniendo en cuenta los cambios organizativos y las áreas de actividad en la compañía.

El Comité de Cumplimiento Normativo no ha detectado casos de corrupción ni soborno ni de discriminación o vulneración de los Derechos Humanos. Tampoco incumplimientos de carácter medioambiental, ni de la Regulación General de Protección de Datos.

Con su implicación activa, la compañía refuerza su respaldo a los diez principios y valores de dicho pacto, todo lo cual queda reflejado en el informe de progreso que valida el cumplimiento de dichos principios, que se ha remitido a la Red Española del Pacto Mundial.

Dado que Mercadona no es sujeto obligado a efectos de la Ley 10/2010, de 28 de abril, de Prevención del Blanqueo de Capitales no se ha elaborado dentro del Programa de Prevención de Delitos una política específica como sí se ha realizado para la prevención de otras conductas como la corrupción y el soborno; no obstante, el delito de blanqueo de capitales sí que se encuentra analizado (como el resto de delitos de los que puede responder la persona jurídica) dentro del Informe de Identificación de Riesgos elaborado por la compañía y está focalizado el riesgo de materialización en el Departamento Financiero de la compañía.

De esta forma:

- a) En relación a los Derechos Humanos, la compañía cumple los estándares exigidos, de acuerdo con la legislación vigente. Además, toda la plantilla recibe un Plan de Formación basado en el Modelo de Mercadona, cuyos fundamentos son las verdades universales y paradigmas que conforman sus valores y comportamiento.
- b) En materia de lucha contra la corrupción, está comprometida con el cumplimiento de las normas y el respeto a las personas, así como con el desarrollo de un comportamiento ético en su actividad empresarial. Para ello, es su voluntad definir y promocionar una cultura de

cumplimiento a través de un modelo de ética e integridad y de lucha contra la corrupción y otras conductas ilícitas.

El objetivo del citado modelo es lograr que todos los directivos y empleados ejerzan sus funciones con responsabilidad, diligencia y transparencia, asegurando un adecuado sistema de control que permita prevenir y detectar riesgos de cumplimiento.

Sobre esta información

El Estado de Información no Financiera (EINF) de Mercadona en el ejercicio 2019 incluye la información ambiental, social y relativa al personal, de derechos humanos, lucha contra la corrupción y soborno y sociedad más relevante de Mercadona referente al ejercicio comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2019.

Alcance y cobertura

La información incluida comprende el mismo perímetro que la información financiera de las Cuentas Anuales de Mercadona, S.A.

Definición del contenido del Estado de Información no Financiera

Para definir los temas abordados en el EINF se han seguido los principios para la elaboración de informes relativos a la definición del contenido del Informe:

Contexto de sostenibilidad

La información no financiera incluida en el presente Estado refleja el desempeño de Mercadona en el contexto más amplio de la sostenibilidad considerando la información disponible.

Exhaustividad

La información no financiera de Mercadona aborda los aspectos materiales y su cobertura de modo que reflejen sus impactos significativos tanto económicos, ambientales como sociales con el objetivo de permitir que los grupos de interés evalúen el desempeño en el ejercicio.

Verificación externa

La recopilación de los indicadores se ha basado en cálculos propios en función de datos internos. La información no financiera ha sido verificada por Deloitte, según el alcance y términos expresados en su informe de verificación independiente del Estado de Información no Financiera 2019.

Contacto

MERCADONA, S.A.
Calle Valencia N°5,
Tavernes Blanques
46016 València

ANEXO I

Contenidos del Estado de Información No Financiera

Contenidos de la Ley 11/2018 INF			Estándar utilizado	Pág. Informe
Modelo de Negocio	Descripción del modelo de negocio	Breve descripción del modelo de negocio, que incluirá su entorno empresarial, su organización y estructura, los mercados en los que opera, sus objetivos y estrategias, y los principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución.	GRI 102-2 Actividades, marcas, productos y servicios GRI 102-4 Localización de las actividades GRI 102-6 Mercados servidos GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave GRI 102-7 Dimensión de la organización	p. 5 a 11
Información sobre cuestiones medioambientales	Políticas	Políticas que aplica, incluyendo los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado.	GRI103-2 El enfoque de gestión y sus componentes GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	p. 19 a 23
	Principales riesgos	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave GRI 102-11 Principio o enfoque de precaución	p. 19
	General	Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, en la salud y la seguridad	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades GRI 102-29 Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales GRI 102-31 Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	p. 19 a 23
		Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	GRI 102-11 Principio o enfoque de precaución GRI 102-29 Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales GRI 102-30 Eficacia de los procesos de gestión de riesgos	p. 19 a 23
		Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	GRI 102-29 Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	p. 19 a 23
		Aplicación del principio de precaución	GRI 102-11 Principio o enfoque de precaución	p. 19 a 23
		Provisiones y garantías para riesgos ambientales	GRI 307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental (CCAA)	No existen riesgos, ni provisiones ni contingencias
	Contaminación	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente al medio ambiente, teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión a los GRI 302 y 305) GRI 302-4 Reducción del consumo energético GRI 302-5 Reducciones en los requerimientos energéticos de los productos y servicios GRI 305-5 Reducción de las emisiones de GEI	p. 19 a 21
	Economía Circular y prevención y gestión de residuos	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos. Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión a los GRI 306) GRI 301-2 Materiales reciclados consumidos GRI 301-3 Productos y embalajes recuperados	p. 22 y 23

Contenidos del Estado de Información No Financiera

Contenidos de la Ley 11/2018 INF		Estándar utilizado	Pág. Informe
Uso sostenible de los recursos	El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	GRI 303-1 Extracción de agua por fuente GRI 303-2 Fuentes de agua afectadas significativamente por extracción de agua GRI 303-3 Agua reciclada y reutilizada	p. 21 y 22
	Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión a los GRI 300) GRI 301-2 Materiales reciclados consumidos GRI 301-3 Productos y embalajes recuperados	p. 22 y 23
	Energía: Consumo, directo e indirecto; Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética, Uso de energías renovables	GRI 102-2 Enfoque de gestión (con visión al GRI 302 Energía) GRI 302-1 Consumo energético dentro de la organización (energía procedente de fuentes renovables y no renovables) GRI 302-2 Consumo energético fuera de la organización GRI 302-3 Intensidad energética GRI 302-4 Reducción del consumo energético GRI 302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	p. 20 y 21
	Emissiones de Gases de Efecto Invernadero	GRI 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) GRI 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2) GRI 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3) GRI 305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	p. 21
	Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del Cambio Climático	GRI 102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión a los GRI 300) GRI 305-5 Reducción de las emisiones de GEI	p. 19 a 23
	Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones GEI y medios implementados a tal fin.	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 305-5 Reducción de las emisiones GEI)	p. 20 y 21
Protección de la biodiversidad	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad e impactos causados por las actuaciones u operaciones en áreas protegidas	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 304 Biodiversidad)	p. 26
Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal	Políticas	GRI103-2 El enfoque de gestión y sus componentes GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión GRI 102-35 Políticas de retribución	p. 12 a 19
	Principales riesgos	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades de la sociedad, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo la sociedad gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave p. 10

Contenidos del Estado de Información No Financiera

Contenidos de la Ley 11/2018 INF		Estándar utilizado	Pág. Informe
Empleo	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional	GRI 102-7 Dimensión de la organización GRI 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores GRI 405-1. b) Empleados por categoría laboral para cada una de las categorías, sexo y grupo de edad	p. 13
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo	GRI 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	p. 12
	Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional	Número total de empleados por contrato (indefinido/temporal y completo/parcial) por sexo y región (recalculo de 102-8).	p. 12 y 13
	Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	GRI 401-1.b) Número total y la tasa de rotación de personal durante el periodo objeto del informe, por grupo de edad, sexo y región (en lo relativo a despidos)	p. 12
	Remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor	GRI 405-2 ajustado: se debe informar sobre la remuneración media por sexo, edad y clasificación profesional	p. 14
	Brecha Salarial	*OCDE: La brecha salarial de género se define como la diferencia entre los ingresos medios de hombres y mujeres en relación con los ingresos medios de los hombres	p. 14
	Remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	GRI 405-2 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	p. 12
	La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo	GRI 102-35 Políticas de retribución GRI 102-36 Proceso para la determinación de la retribución (para el enfoque de gestión) GRI 201-3 Obligaciones derivadas de planes de beneficios sociales y otros planes de jubilación	p. 13
	Implantación de medidas de desconexión laboral	Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales	p. 12
Empleados con discapacidad	GRI 405-1. b) Porcentaje de empleados por categoría laboral para cada una de las siguientes categorías de diversidad (iii. Grupos vulnerables).	p. 15	
Organización del trabajo	Organización del tiempo de trabajo	GRI 102-8. c) El número total de empleados por tipo de contrato laboral (a jornada completa o a media jornada) y por sexo. GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Organización del trabajo)	p. 12 y 13
	Número de horas de absentismo	GRI 403-2 Tipos de accidentes y ratios de accidentes laborales, enfermedades profesionales, días perdidos, y absentismo, y número de fallecimientos relacionados	p. 19
	Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	GRI 401-3 Permisos parentales GRI 103-2 Enfoque de Gestión	p. 12 a 15
Salud y seguridad	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 403 Salud y Seguridad)	p. 17 a 19
	Accidentes de trabajo (frecuencia y gravedad) desagregado por sexo	GRI 403-2 Tipos de accidentes y ratios de accidentes laborales, enfermedades profesionales, días perdidos, y absentismo, y número de fallecimientos relacionados GRI 403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	p. 18 y 19

Contenidos del Estado de Información No Financiera

Contenidos de la Ley 11/2018 INF		Estándar utilizado	Pág. Informe
	Enfermedades profesionales (frecuencia y gravedad) desagregado por sexo	GRI 403-2 Tipos de accidentes y ratios de accidentes laborales, enfermedades profesionales, días perdidos, y absentismo, y número de fallecimientos relacionados GRI 403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	p. 18 y 19
Relaciones Sociales	Organización del diálogo social, incluidos los procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos	GRI 102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés (relativo a sindicatos y negociación colectiva) GRI 403-1 Representación de trabajadores en comités de salud y seguridad conjuntos	p. 12
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	GRI 102-41 Acuerdos de negociación colectiva	p. 12
	Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-1 Representación de trabajadores en comités de salud y seguridad conjuntos GRI 403-4 Temas de salud y seguridad laboral tratados en acuerdos formales con la representación legal de los trabajadores	p. 17 a 19
Formación	Políticas implementadas en el campo de la formación	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 404-Formación y enseñanza) GRI 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas	p. 16 y 17
	Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales	GRI 404-1 Horas medias de formación anuales por empleado	p. 17
Accesibilidad	Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades y GRI 406 No-discriminación)	p. 15
Igualdad	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades)	p. 14 y 15
	Planes de igualdad	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades y GRI 406 No-discriminación)	p. 14 y 15
	Medidas adoptadas para promover el empleo	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 401 Empleo) GRI 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	p. 10
	Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades y GRI 406 No-discriminación)	p. 14 y 15
	La integración y accesibilidad universal de las personas con discapacidad	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades y GRI 406 No-discriminación)	p. 14 y 15
	Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades y GRI 406 No-discriminación) GRI 406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	p. 14 y 15
Información sobre el respeto de los derechos humanos	Políticas que aplica la sociedad, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado.	GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión GRI 412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	p. 30 a 32

Contenidos del Estado de Información No Financiera

Contenidos de la Ley 11/2018 INF		Estándar utilizado	Pág. Informe	
	Principales riesgos	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo se gestionan dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave	p. 30 a 32
	Derechos Humanos	Aplicación de procedimientos de debida diligencia en derechos humanos	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 412 Evaluación de Derechos Humanos)	p. 30 a 32
		Prevención de los riesgos de vulneración de los derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 412 Evaluación de Derechos Humanos) GRI 412-1 Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	p. 30 a 32
		Denuncias por casos de vulneraciones de derechos humanos	GRI 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas (denuncias recibidas y resolución) GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 412 Evaluación de Derechos Humanos) GRI 411-1 Derechos de los pueblos indígenas GRI 419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	p. 31
		Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva, la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación, la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio y la abolición efectiva del trabajo infantil	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión a los GRI 406 No discriminación; 407 Libertad de asociación y negociación colectiva; 408 Trabajo Infantil; 409 Trabajo forzoso u obligatorio y 412 Evaluación de Derechos Humanos)	p. 30 a 32
Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno	Políticas	Políticas que aplica la sociedad, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado.	GRI103-2 El enfoque de gestión y sus componentes GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión GRI 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anti corrupción	p. 30 a 32
	Principales riesgos	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades de la sociedad, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo la sociedad gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave GRI 102-30 Eficacia de los procesos de gestión de riesgos	p. 30 a 32
	Corrupción y soborno	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 205 Anticorrupción)	p. 30 a 32
		Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 205 Anticorrupción)	p. 30 a 32
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro		GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 205 Anticorrupción)	p. 26 y 27	
Información sobre la sociedad	Políticas	Políticas que aplica la sociedad, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado.	GRI103-2 El enfoque de gestión y sus componentes GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	p. 23 a 29

Contenidos del Estado de Información No Financiera

Contenidos de la Ley 11/2018 INF		Estándar utilizado	Pág. Informe
Principales riesgos	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades de la sociedad, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo la sociedad gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave	p. 11
	Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y desarrollo local	GRI 203-2 Impactos económicos indirectos significativos (indicadores de impacto del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)) GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	p. 23 a 29
	Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio	GRI 203-2 Impactos económicos indirectos significativos GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	p. 23 a 29
	Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades de diálogo con estos	GRI 102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés (relativo a comunidad) GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	p. 23 a 29
	Acciones de asociación y patrocinio	GRI 102-12 Iniciativas externas	p. 26 y 27
Subcontratación y proveedores	Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	GRI 103-3 Enfoque de Gestión (evaluación ambiental y social de proveedores)	p. 27 a 29
	Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	GRI 102-9 Cadena de suministro GRI 103-3 Enfoque de Gestión (evaluación ambiental y social de proveedores) GRI 414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales GRI 414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	p. 27 a 29
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	GRI 414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de valor y acciones desarrolladas	p. 29
Consumidores	Medidas para la salud y seguridad de los consumidores	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Salud y Seguridad de los Clientes) GRI 416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios GRI 416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios GRI 417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	p. 29 Mercadona no tiene registradas multas ni sanciones por incumplimiento de la normativa relacionada con aspectos de seguridad y salud que pudieran ser significativas.
	Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas	GRI 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas (denuncias recibidas y resolución) GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Salud y Seguridad de los Clientes) GRI 418-1 Denuncias substanciales relacionadas con brechas en la privacidad de los clientes y pérdidas de datos de clientes.	p. 24 y 25

Contenidos del Estado de Información No Financiera

Contenidos de la Ley 11/2018 INF		Estándar utilizado	Pág. Informe
Información fiscal	Beneficios obtenidos por país	GRI 201-1: Valor económico generado y distribuido	CCAA Mercadona, S.A. Resultado de la cuenta de pérdidas y ganancias
	Impuestos sobre beneficios pagados	GRI 201-1 en lo que afecta a los pagos a administraciones públicas considerando las guías de la OCDE: http://www.oecd.org/tax/beps/country-by-country-reporting.htm	p. 27
	Subvenciones públicas recibidas	GRI 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	Mercadona no ha recibido subvenciones en el ejercicio

INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA DE MERCADONA, S.A. DEL EJERCICIO 2019

A los accionistas de Mercadona, S.A.:

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Estado de Información No Financiera (en adelante, EINF) correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2019 de Mercadona, S.A. (en adelante, la entidad), que forma parte del informe de gestión adjunto de la entidad.

El contenido del informe de gestión incluye información adicional a la requerida por la normativa mercantil vigente en materia de información no financiera que no ha sido objeto de nuestro trabajo de verificación. En este sentido, nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de la información identificada en la tabla "Contenidos del estado de información no financiera" incluida en el informe de gestión adjunto.

Responsabilidad de los administradores

La formulación del EINF incluido en el informe de gestión de la entidad, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los administradores de Mercadona, S.A. El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los Sustainability Reporting Standards de Global Reporting Initiative (estándares GRI) seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla "Contenidos del estado de información no financiera" del citado informe de gestión.

Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINF esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.

Los administradores de Mercadona, S.A. son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF.

Nuestra independencia y control de calidad

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (IESBA, por sus siglas en inglés),

que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y diligencia profesionales, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC 1) y mantiene, en consecuencia, un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados relativos al cumplimiento de requerimientos de ética, normas profesionales y disposiciones legales y reglamentarias aplicables.

El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de información no financiera y, específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de verificación independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, "Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría o de la Revisión de Información Financiera Histórica" (NIEA 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

En un trabajo de seguridad limitada los procedimientos llevados a cabo varían en su naturaleza y momento de realización, y tienen una menor extensión, que los realizados en un trabajo de seguridad razonable y, por lo tanto, la seguridad que se obtiene es sustancialmente menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades de la entidad que han participado en la elaboración del EINF, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el EINF y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de la entidad para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2019 en función del análisis de materialidad realizado por la entidad y descrito en el apartado "Materialidad y grupos de interés", considerando los contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2019.
- Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio 2019.

- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2019 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.
- Obtención de una carta de manifestaciones de los administradores y la dirección.

Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que el EINF de Mercadona, S.A. correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2019 no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla "Contenidos del estado de información no financiera" del informe de gestión.

Uso y distribución

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos y jurisdicciones.

DELOITTE, S.L.



Juan Corberá Martínez

31 de enero de 2020